

# **TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG TAYANGAN TALK SHOW LOBBY**

**( Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Tentang  
Tayangan Talk Show “Lobby” Di Arek Televisi )**

## **SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana  
pada FISIP UPN : “Veteran” Jawa Timur**



**Oleh :**

**BAYU ADI PRADANA**  
**NPM : 0343010166**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PRODI ILMU KOMUNIKASI  
JAWA TIMUR  
2010**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi Massa .....	9
2.2 Televisi Sebagai Media Massa Elektronik .....	11
2.3 Isi Pesan Televisi .....	14
2.4 Pemirsa Televisi .....	15
2.5 Program <i>Talk Show</i> Di Televisi .....	16
2.6 Tingkat Pengetahuan.....	21
2.7 Teori S-O-R ( <i>Stimulus-Organism-Response</i> ).....	22
2.8 Kerangka Berpikir.....	24
BAB III. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Defenisi Operasional.....	27
3.1.1 <i>Talk Show</i> Lobby Di Arek Televisi.....	27
3.2 Tingkat Pengetahuan.....	28

3.3	Pengukuran Tingkat Pengetahuan.....	29
3.4	Populasi dan Sampel.....	30
3.5	Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.7	Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
41	Penyajian Data Dan Analisis Data.....	37
4.1.1	Identitas responden.....	37
4.1.2	Tingkat Pengetahuan Responden.....	43
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran.....	66
	DAFTAR PUSTAKA.....	67
	LAMPIRAN.....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar.1. Model Teori S-O-R.....	23
Gambar 2. Kerangka Berpikir.....	26

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kelompok Usia Responden.....	37
Tabel 2. Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 3. Pekerjaan Responden.....	40
Tabel 4. Tayangan <i>talk show</i> Lobby di Arek Televisi.....	41
Tabel 5. Frekuensi dalam menonton media televisi.....	41
Tabel 6. Durasi Menonton Tayangan <i>talk show</i> Lobby di Arek Televisi dalam satu minggu.....	42
Tabel 7. Tayang setiap hari senin sampai jumat.....	43
Tabel 8. Penayangan mulai pada pukul 20.00 WIB sampai 21.00 WIB	44
Tabel 9. Topik/Tema relevan dengan permasalahan yang tengah terjadi dimasyarakat.....	45
Tabel 10. Topik/Tema bisa menjadi wacana dalam mencari solusi dalam memecahkan masalah yang tengah terjadi dimasyarakat.....	46
Tabel 11. Topik/Tema tidak berkaitan dengan tujuan dari politik tertentu.....	47
Tabel 12. Tokoh/pakar sesuai dengan tema/topik.....	48
Tabel 13. Tokoh/pakar merupakan tokoh sentral dalam isu yang tengah dibahas (pengambil keputusan).....	49
Tabel 14. Tokoh/pakar relevan, logis dan terperinci dalam memberikan uraian pembahasan.....	50
Tabel 15. Pembawa acara/presenter Talk Show Cerdas.....	51
Tabel 16. Pembawa acara/presenter Talk Show <i>Fairness</i> kepada pihak pro dan kontra.....	52
Tabel 17. Pembawa acara/presenter Talk Show Kritis dalam menanyakan permasalahan.....	53
Tabel 18. Pembawa acara/presenter Talk Show Detail dalam menanyakan permasalahan.....	55
Tabel 19. Pembawa acara/presenter Talk Show Presenter perempuan...	56
Tabel 20. Pembawa acara/presenter Talk Show Presenter laki-laki.....	57
Tabel 21. Pembawa acara/presenter Talk Show Tegas.....	58
Tabel 22. Pembawa acara/presenter Talk Show Atraktif.....	60
Tabel 23. Nomor telepon interaktif Talk Show.....	61
Tabel 24. Akun jejaring sosial facebook Talk Show Lobby.....	62
Tabel 25. Tingkat pengetahuan responden.....	63

## ABSTRAKSI

**BAYU ADI PRADANA.** Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Tayangan Talk Show Lobby (Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Tentang Tayangan Talk Show “Lobby” Di Arek Televisi)

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat tentang tayangan *talk show* Lobby di Arek Televisi. Arek Televisi merupakan salah satu televisi lokal di Surabaya yang mempunyai program tayangan interaktif dan disiarkan secara langsung untuk masyarakat, dari tayangan ini peneliti akan mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan dengan indikator tinggi, sedang dan rendah terhadap tayangan *talk show* Lobby tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Stimulus-Organism-Response*, Media Massa, Masyarakat Sebagai Pemirsa Televisi, Tingkat Pengetahuan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang pernah melihat tayangan *talk show* Lobby di Arek Televisi dengan asumsi responden mengerti tentang apa yang sedang diteliti yang nantinya akan berpengaruh pada keakuratan data yang dihasilkan. Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster multistage* di wilayah Surabaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan masyarakat yang menjadi responden mempunyai tingkat pengetahuan yang rendah terhadap tayangan *talk show* Lobby Di Arek Televisi.

Kata kunci : Tingkat Pengetahuan, Masyarakat, Tayangan Talk Show Lobby Di Arek Televisi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Televisi saat ini telah berkembang dengan pesat dan menjadi bagian yang tidak dapat di pisahkan dari kehidupan manusia. Dari televisi masyarakat dapat memperoleh informasi, hiburan, pengaruh dan pendidikan. Perkembangan televisi saat ini tidak hanya terjadi pada stasiun televisi nasional, stasiun televisi lokal juga sudah banyak bermunculan. Target audien televisi lokal adalah masyarakat setempat. Stasiun televisi lokal juga berperan dalam melestarikan budaya dan kesenian setempat yaitu dengan memproduksi tayangan yang menggunakan bahasa daerahnya atau menampilkan budaya yang ada di daerah tersebut. Televisi merupakan sarana untuk menyampaikan isi pesan yang bersifat umum kepada sejumlah orang yang jumlahnya relatif besar, tinggalnya tersebar, heterogen, anonim, melembaga, memiliki perhatian yang berpusat pada isi pesan yang sama (Wahyudi, 1991:50).

Menurut Morrisson, stasiun televisi lokal dapat bekerjasama dengan pemerintah daerah untuk memproduksi acara dengan *setting* berdasarkan kebutuhan daerah setempat, misalnya memproduksi sebuah *talk show*. Dengan acara ini pemerintah setempat dapat menyampaikan gagasan atau informasi pembangunan, *progress report* program pemerintah daerah dan mendiskusikan berbagai masalah sosial (Morissan, 2005). Acara *talk show* yang diproduksi

oleh stasiun televisi lokal dapat menjadi jembatan komunikasi antara pemerintah daerah dengan masyarakat setempat dalam mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi. Dan juga dapat menjadi lembaga kontrol sosial yang efektif. Namun ada anggapan masyarakat bahwa media massa salah satunya adalah media televisi, merupakan media propaganda untuk membentuk dan mempengaruhi opini publik. Terkadang pemerintah mengasumsikan bahwa media massa selalu siap digunakan untuk mengindoktrinasi seluruh warga dengan pandangan bersama dan dengan begitu memecahkan semua masalah yang berkenaan dengan konsesus. Pada saat yang sama masih pula ada pemerintahan yang berusaha memerintah dengan menggunakan propaganda dan *demagogi* (usaha untuk mempengaruhi dan mempesonakan khalayak lebih dengan kemampuan retorika dan bukan rasio) yang melembaga (Nasution, 1996:88)

Salah satu acara *talk show* yang diproduksi oleh stasiun televisi lokal di Surabaya yaitu Arek Televisi dengan nama program tayangan yaitu *talk show* “Lobby” dengan *slogan* “belajar lebih memahami”. *Talk show* “Lobby” Arek Televisi bertujuan untuk menjembatani pemerintah daerah dengan masyarakat karena kurangnya sosialisasi dan komunikasi dari pemerintah maupun instansi terkait berbagai kebijakan maupun rumusan dalam penyelesaian masalah-masalah yang ada di masyarakat.

Program *Talk show* “Lobby” merupakan pendalaman (*indepth reporting*) dari isu-isu hangat berkaitan dengan masalah politik, ekonomi,



sosial, budaya (poleksosbud). Ada wawancara mendalam dengan narasumber terkait, dan tayangan ini dikemas dalam bentuk *talk show interaktif* dengan menghadirkan pejabat-pejabat di instansi pemerintah, para pengamat, praktisi-praktisi sebagai narasumber pada setiap episodenya. Dari tayangan ini masyarakat dapat memperoleh informasi maupun wacana tentang pembahasan masalah dan dapat bertanya secara langsung pada narasumber yang dihadirkan dalam tayangan tersebut melalui telepon interaktif.

Beberapa episode yang pernah ditayangkan dalam *talk show* Lobby Arek Televisi yaitu membahas pembangunan kembali Pasar Turi dan pembebasan trotoar surabaya dari PKL, selain itu episode “*dewan on the spot*” yang membawa anggota dewan turun ke lokasi proyek/lapangan dan episode “*box cluvert* Banyurip”. Tayangan *talk show* Lobby Arek Televisi mulai mendapat kritikan dari masyarakat bahwa acara *talk show* ini merupakan sarana politik atau propaganda yang dilakukan pemerintah. *Slogan* tayangan *talk show* Lobby Arek Televisi adalah “belajar untuk memahami”, namun dari *slogan* tersebut dapat memunculkan wacana pro dan kontra yaitu melalui tayangan *talk show* Lobby Arek Televisi apakah pemerintah belajar untuk memahami masyarakat atau masyarakat diharapkan belajar untuk memahami kebijakan-kebijakan pemerintahan yang dianggap tidak memihak. Tayangan *talk show* Lobby merupakan tayangan yang mempunyai *rating* cukup besar diantar program tayangan *talk show* lainnya di Arek Televisi seperti program Dimensi dan Lobby Plus (khusus Pilkada Jawa Timur) hal ini terlihat dari

jadwal tayang *talk show* Lobby yang tayang setiap hari mulai hari senin-jumat pada pukul 20.00 wib.

Arek Televisi adalah salah satu televisi swasta lokal yang berdiri dengan nama perusahaan PT. Arek Surabaya Televisi Jatim beralamat di *Rich Palace Blok C No. 7, Jl. Mayjend Sungkono 149-151 Surabaya*. Dalam proses siarannya pada channel frekuensi 48 UHF (*Ultra High Frequency*), Arek Televisi dianggap melanggar hukum karena hanya mempunyai Rekomendasi Kelayakan (RK) yang diterbitkan Komisi Penyiaran Indonesia namun tidak mempunyai Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dan Izin Siaran Radio (ISR). Wilayah *coverage area* Arek Televisi menjangkau di tujuh kota di Jawa Timur yaitu Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, Mojokerto, Gresik, Lamongan, Bangkalan.

Dengan semangat “*Arek TV, TV-ne Arek-arek. Jare sopo, jare Arek-arek*”, dan mengusung slogan “*Moncer*”, Arek Televisi secara resmi hadir pertama kali sejak 20 Mei 2008. Visi yang dijalankan Arek Televisi adalah turut serta mencerdaskan pemirsa dengan menghadirkan pilihan tayangan-tayangan informasi yang tidak memihak, serta program yang dekat dengan masyarakat dan menghibur dengan komposisi program 60 persen adalah hiburan dan 40 persen merupakan program informasi. Misi Arek Televisi adalah menjadi station televisi yang tayangannya tidak hanya hadir dan berkesan, tetapi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pemirsa.

Program acara didesain dan dibuat sesuai dengan kebutuhan, budaya, serta realitis masyarakat di wilayah Surabaya pada khususnya, dan Jawa Timur

umumnya. Format program ; *News*: 15 persen, *Talk Show*: 25 persen, *Culture*: 5 persen, *Entertainment*: 60 persen. Komposisi segmentasi pemirsa : Pria: 55 persen, Wanita: 45 persen. *Program Source*; *In House*: 85 persen, *Outsourcing*: 5 persen, Program Kerjasama: 10 persen. Segmentasi usia : *Kids* 5 tahun-14 tahun : 15 persen, *Teen* 15 tahun-19 tahun : 21 persen, *Youth* 20 tahun-24 tahun: 25 persen, *Adult* diatas 24 tahun: 39 persen.

Dari permasalahan diatas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya tentang tayangan *talk show* Lobby di Arek Televisi. Dalam penelitian ini diharapkan masyarakat dapat memiliki pengetahuan dan menumbuhkan pemahaman positif atau definisi yang sama tentang berbagai permasalahan yang di bahas dalam *talk show* Lobby Arek Televisi. Ketertarikan permasalahan penelitian mendasar pada beberapa hal yaitu Arek Televisi merupakan salah satu station televisi lokal yang baru berdiri di Surabaya yang terkendala izin siarannya, selanjutnya *talk show* “Lobby” merupakan pendalaman (*indepth reporting*) dari isu-isu hangat berkaitan dengan masalah politik, ekonomi, sosial, budaya sehingga harus dikaji bagaimana tingkat pengetahuan masyarakat tentang tayangan ini. Program tayangan Lobby adalah tayangan *talk show* yang mempunyai frekuensi penayangan setiap hari mulai hari senin-jumat tayang secara langsung (*live*) pada pukul 20.00 wib sampai 21.00 wib.

*Coverage area* siaran Arek Televisi meliputi kota Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, Mojokerto, Gresik, Lamongan, Bangkalan. Masyarakat yang tinggal

di kota Surabaya terpilih menjadi objek penelitian tingkat pengetahuan tentang tayangan *talk show* Lobby di Arek Televisi. Kota Surabaya merupakan kota dengan jumlah penduduk terbesar diantara kota lainnya di Jawa Timur yang dijangkau oleh siaran Arek televisi. Dengan berdasar catatan statistik tahun 2008, jumlah penduduk Surabaya mencapai 2.884.445 jiwa. (<http://www.surabaya.go.id/dispending>). Namun mengacu pada batasan usia dalam penelitian ini yaitu penduduk Surabaya dengan usia 17 tahun sampai 59 tahun terhitung sebesar 1.876.044 jiwa. Masyarakat Surabaya yang di teliti adalah seorang tinggal di Surabaya dengan batasan usia 17 tahun sampai 59 tahun, dengan asumsi pada usia 17 tahun seseorang mulai memasuki usia dewasa dimana kemampuan berpikirnya makin berkembang menjadi lebih sistematis, reflektif serta menyadari adanya berbagai kemungkinan alternatif lain dalam memutuskan sesuatu. Pada seorang dengan batasan usia 59 tahun keefektifan memori jangka panjang dan kecepatan proses kognitif mulai menurun. Tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya tentang *talk show* Lobby di Arek Televisi didapat dari bagaimana masyarakat mengetahui dan menonton tayangan tersebut, pemahaman apa yang didapat setelah menonton dan apa tindakan mereka setelah menonton tayangan tersebut.

## 1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka perumusan masalahnya adalah “Bagaimanakah Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Tentang Tayangan *Talk Show* Lobby di Arek Televisi ? ”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah “Untuk Mengetahui Bagaimana Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Tentang Tayangan *Talk Show* Lobby di Arek Televisi”.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran pada Ilmu Komunikasi dalam pengembangan studi tingkat pengetahuan, khususnya media massa televisi sehingga dimanfaatkan sebagai masukan yang berguna bagi kegiatan penelitian informal Ilmu Komunikasi selanjutnya.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

#### a. Masyarakat

Penulis memberikan bahan masukan bagi masyarakat, khususnya para pemirsa Surabaya terhadap manfaat tayangan *talk show* Lobby Arek

Televisi untuk peningkatan wawasan dan sistem kontrol tentang kebijakan-kebijakan pemerintahan.

b. Televisi

Bagi stasiun Arek Televisi, penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mengevaluasi program acara tayangan *talk show* Lobby sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memproduksi program acara yang serupa.